

8. СОСТАВЛЕНИЕ ЦИФРОВОГО ПРОФИЛЯ АБИТУРИЕНТА ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В ПРИЕМНОЙ КАМПАНИИ ВУЗА

Божко Л.М., д.э.н., доцент, профессор кафедры «Информационные и вычислительные системы»;
Ермаков С.Г., д.т.н., профессор, заведующий кафедрой «Информационные и вычислительные системы»;
Баталов Д.И., к.т.н., доцент, доцент кафедры «Информационные и вычислительные системы»;
Воробей Н. Ю., к.т.н., доцент кафедры «Автоматика и телемеханика на железных дорогах»

ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I», г. Санкт-Петербурга

Для обеспечения эффективности приемной кампании в настоящее время требуются современные маркетинговые коммуникации на рынке образовательных услуг, основанные на цифровых технологиях. Цель статьи состоит в разработке методики составления цифрового профиля абитуриента для использования средств Интернет-маркетинга в приемной кампании высшего учебного заведения. В статье представлены этапы проекта составления цифрового профиля абитуриента, методика составления цифрового профиля абитуриента. В исследовании применены методы проведения социологического исследования, программные средства сбора и обработки данных, получены сведения для составления профиля потенциального абитуриента конкретного высшего учебного заведения.

Литература

1. Абаев А.Л. Построение CJM абитуриента вуза в цифровой среде как инструмент маркетинга в образовательной сфере [Текст] / А.Л. Абаев, А.Г. Голова // Управленческие науки в современном мире : материалы IX Международной науч.-практ. конф. 09–10 ноя. 2022 г. – СПб : Реальная экономика, 2022. – С. 167–169.
2. Балескова А.Д. Привлечение абитуриентов вузов с помощью инструментов Интернет-маркетинга [Текст] / А.Д. Балескова // ВУЗ и реальный бизнес. – 2022. – Т.1. – С. 26-35.
3. Брюхова О.Ю. Новые инструменты профориентационной работы вуза в условиях развития цифровой среды [Текст] / О.Ю. Брюхова // Сложность социокультурного мира современности : реалии и оптики анализа : материалы XXIV Российской науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2022. – С. 556–561.
4. Зарубина В.Р. Продвижение образовательных услуг вуза в условиях цифровизации [Текст] / В.Р. Зарубина, М.Ю. Зарубин, Е.В. Васильчук // Вестник университета Туран. – 2022. – № 4 (96). – С. 300–310.
5. Исмаилова Ф.Н. Использование инструментов Интернет-маркетинга для продвижения вуза на рынке образовательных услуг [Текст] / Ф.Н. Исмаилова // Инновационные научные исследования. – 2022. – № 3–1 (17). – С. 39–44.
6. Никулина И.Е. Детерминация технологии маркетинга в университете [Текст] / И.Е. Никулина, Л.М. Борисова, М.В. Митрофанова, О.Б. Шамина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2022. – № 3. – С. 11–21.
7. Пахомова Х.М. Цифровой маркетинг в университетах [Текст] / Х.М. Пахомова, И.Ю. Вострикова // Коммуникационные процессы : теория и практика : материалы XVII междунар. науч.-практ. очно-заочной конф. 28 окт. 2021 г. – Краснодар : КубГУ, 2022. – С. 157–163.
8. Полусмакова Н.С. Применение цифрового маркетинга в системе высшего образования [Текст] / Н.С. Полусмакова, М.А. Корнаухова // Современный менеджмент : проблемы, анализ тенденций, перспективы развития : материалы IV междунар. науч.-практ. конф. – Волгоград, 2022. – С. 227–230.
9. Рогожников А. Особенности Jupyter Notebook, о которых вы (может быть) не слышали [Электронный ресурс] / А. Рогожников // Хабр. – Режим доступа : <https://habr.com/ru/companies/wunderfund/articles/316826>.
10. Ромашкина А.С. Цифровизация промо-стратегии как элемента маркетинговой стратегии вуза [Текст] / А.С. Ромашкина // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. – 2022. – № 19. – С. 110–113.
11. Фещенко Н.В. Цифровой маркетинг в системе высшего образования [Текст] / Н.В. Фещенко // Образование : качество и инновации : материалы Всероссийской науч.-методической конф. 15–16 марта 2022. – Хабаровск : ДВГУПС, 2022. – С. 424–429.
12. Шевченко Д.А. Маркетинг университета : Монография [Текст] / Д.А. Шевченко. – М. : Директ-Медиа, 2022. – 337 с.
13. Шкарин В.В. Продвижение бренда медицинского вуза в сети Интернет с использованием аудиовизуальных технологий [Текст] / В.В. Шкарин, Д.В. Трофимов, А.В. Зуб // Волгоградский научно-медицинский журнал. – 2022. – Т. 19. – № 2. – С. 28–32.

Ключевые слова

Цифровой маркетинг; маркетинг ВУЗа; маркетинг высшего учебного заведения; маркетинг университета; приемная кампания ВУЗа; цифровой профиль абитуриента; изучение абитуриентов; данные приемной кампании; продвижение ВУЗа; цифровой маркетинг ВУЗа.

Божко Леся Михайловна

Ермаков Сергей Геннадьевич

Баталов Дмитрий Иннокентьевич

Воробей Николай Юрьевич,

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы обусловлена повышенным интересом к использованию средств Интернет-маркетинга в некоммерческой сфере, в том числе в образовательных услугах, к применению технических средств для обработки статистических данных и данных социологических исследований, потребностью привлекать цифровые технологии в маркетинге вуза.

Научная новизна и практическая значимость. В статье представлена разработанная авторами методика составления цифрового профиля абитуриента вуза, что дает возможность в дальнейшем применять средства Интернет-маркетинга в приемной кампании. Составление цифрового профиля является одним из этапов использования информационных технологий в маркетинге университета и становится возможной при обработке массива данных, собранных в ходе социологического исследования, что и было осуществлено авторами. Практическая значимость работы состоит в проведении исследования, сборе и обработке данных для вуза, что позволило получить рекомендации по продвижению данного учебного заведения, выстраиванию коммуникационной политики. Рекомендации сформулированы для конкретного вуза и будут способствовать повышению эффективности приемной кампании, однако разработанная авторами методика и описание ее апробации могут оказаться полезными для других высших учебных заведений.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и рекомендована к опубликованию.

Хомоненко А.Д., д.т.н., профессор, профессор кафедры «Информационные и вычислительные системы» ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I», г. Санкт-Петербург.